КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы OK и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

Look-alike

- Какие данные использовать для Look-alike
  - Параметры для создания Look-alike
  - Количество исходных пользователей
  - Актуальность данных
- Как создать Look-alike
- Как выбрать охват и создать сегмент на основе Look-alike
- Как создать рекламную кампанию на основе Look-alike
- Сколько аудиторий можно создать
- Предоставление доступа к Look-alike

Для привлечения на сайт или в приложение релевантной аудитории, собранной на основе знаний системы о ваших клиентах, используйте Look-alike.

Если у вас есть данные счетчика Top.Mail.Ru или собственный список пользователей, вы можете подобрать больше пользователей, которые по многим параметрам похожи на них.

Чтобы таргетировать свою кампанию на этих пользователей, используйте Look-alike при создании кампании. Для этого:
1. создайте Look-alike
2. создайте сегмент на основе Look-alike
3. создайте рекламную кампанию

Какие данные использовать для Look-alike

Создать аудиторию по технологии Look-alike можно на основе:
- Списка пользователей любого типа
- Событий в приложениях
- Счетчика Top.Mail.Ru

Чтобы система подобрала наиболее качественную Look-alike аудиторию, нужно задать правильные параметры для построения, использовать большое количество исходных пользователей и свежие списки.

Параметры для создания Look-alike

1. Релевантная цель
Вы можете использовать списки покупателей (то есть список пользователей, которые достигли цель «Покупка»), или тех, кто оставил на сайте заявку, заказал звонок и т.п. (то есть достиг на сайте цели заявка/звонок и т.п.).

Если у вас много разных товарных категорий, рекомендуем строить Look-alike на целях посещения товарной категории и на покупке одновременно. Например, И «Посетил раздел "Платье"», И «Оформил покупку».
Подробнее о том, как настроить цели

2. Правильный период
Выбирайте период, соответствующий периоду принятия решения о покупке

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы OK и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

вашего товара/услуги. Например, для одежды/дешевой электроники — 7-14 дней, для мебели и бытовой техники — 14-30 дней, для авто/недвижимости — 30-60 дней.

Количество исходных пользователей

Минимальное количество сопоставленных пользователей в источнике, необходимое для построения Look-alike audience для запуска рекламы — 1000 человек.

Для приложений возможно строить Look-alike не только на основе событий, но и на основе установок. Это удобно, если событий внутри приложения пока недостаточно.

Результат создания Look-alike на основе списков и счетчиков с небольшим количеством пользователей (меньше 3000) зависит от качества истории этих пользователей за указанный период. Если данных для построения будет недостаточно, то Look-alike будет со статусом «Ошибка создания».

Актуальность данных

Для списков. Список, на основании которого строится Look-alike, должен быть загружен в myTarget или обновлен не более 90 дней назад. Однако мы рекомендуем строить Look-alike сразу при заливке списка. Алгоритм учтет максимально релевантное поведение, а запустить кампанию вы можете позже.

Для счетчиков. Look-alike актуализируется каждые 4 дня. Свежие данные по счетчику будут учтены автоматически. Если похожая аудитория построена по списку пользователей, достаточно обновить список. Look-alike будет перестроен с учетом изменений исходной аудитории.

Важно! Если данных недостаточно для построения, возможно счетчик стоит на вашем ресурсе всего несколько дней и данные еще не успели набраться.

Если данные поступали весь указанный период, увеличьте период и/или постройте на промежуточной цели, например, «Положил в корзину», «Провел достаточно времени на сайте».

Период всегда начинается с текущего момента (от = 0) и должен оканчиваться не более 60 дней назад.

Как создать Look-alike

Вы можете создать Look-alike двумя способами:

- С помощью раздела "Look-alike". Откройте вкладку «Аудитории» и перейдите в меню "Look-alike". Выберите источник для построения и нажмите «Создать Look-alike».

Создание Look-Alike аудитории

- С помощью быстрых ссылок в разделах «Списки пользователей», «События в приложениях», «Счётчики Top.Mail.Ru».

Списки пользователей

Чтобы создать Look-alike на основе загруженного списка пользователей, откройте вкладку «Аудитории» ➜ «Списки пользователей» и в колонке «Охват» нажмите «Увеличить аудиторию».

Быстрое создание Look-alike аудитории на основе списков пользователей

Выберите список, на основе которого будет создан Look-alike, задайте название для Look-alike и создайте сегмент.

Выбор списка для создания Look-alike

События в приложениях

Чтобы создать Look-alike на основе событий из приложений, откройте вкладку «Аудитории» ➜ «События в приложениях». Выберите нужное приложение, затем нажмите на стрелочку, чтобы развернуть список настроенных трекеров. Нажмите на стрелочку возле нужного трекера. Откроется список событий, на основе которых можно создать новую аудиторию. В колонке "Look-alike" нажмите «Создать».

Быстрое создание Look-alike аудитории на основе событий из приложения

Чтобы создать аудиторию, заполните поля.

1. Выберите приложение, на основе событий из которого вы хотите создать аудиторию. В списке будут только те приложения, которые добавлены в ваш список приложений.
2. Выберите, как подбирать пользователей — по ИЛИ или по И. Это нужно, если вы строите Look-alike на основе нескольких событий: «Пользователи, совершившие любое из событий» (то есть события сочетаются по ИЛИ) или «Пользователи, совершившие все события» (то есть сочетание по И).
3. Выберите, каких пользователей загружать в Look-alike — только тех, кто раньше не устанавливал ваше приложение, или всех, кто совершал выбранные события.
4. Выберите одно или несколько событий. В списке будут те события, которые вы настроили для вашего приложения в мобильном трекере. Вы можете настроить, насколько старые события учитывать при создании аудитории — по умолчанию засчитываются события за последние 60 дней.

Когда вы отметите события, система подсчитает примерный охват. Если он слишком маленький, построить Look-alike не получится — добавьте другие события, выберите создание Look-alike на основе установок или измените настройку подбора пользователей с И на ИЛИ.

Создание Look-alike аудитории на основе событий из приложения

После этого задайте название для Look-alike и создайте сегмент.

Счетчик Top.Mail.Ru

Чтобы создать Look-alike на основе счётчика Top.Mail.Ru, откройте вкладку

«Аудитории» ➜ «Счётчики Top.Mail.Ru» и в колонке "Look-alike" нажмите «Создать».

Быстрое создание Look-alike аудитории на основе счетчика Top.Mail.Ru

Чтобы создать аудиторию, заполните поля.

1. Выберите счетчик, на основе целей из которого вы хотите создать аудиторию. О том, как задать цель — в статье
2. Выберите, как подбирать пользователей — по ИЛИ или по И. Это нужно, если вы строите Look-alike на основе нескольких целей: «Пользователи, достигшие любую из целей» (то есть цели сочетаются по ИЛИ) или «Пользователи, достигшие все цели» (то есть сочетание по И).
3. Выберите цели счетчика. Вы можете настроить, насколько старые достижения цели учитывать при создании аудитории — по умолчанию засчитываются достижения за последние 60 дней. Когда вы отметите цели, система подсчитает примерный охват. Если он слишком маленький, построить Look-alike не получится — добавьте промежуточные цели или измените настройку подбора пользователей с И на ИЛИ.

Создание Look-alike аудитории на основе счетчика Top.Mail.Ru

После этого задайте название для Look-alike и создайте сегмент.

Look-alike можно создавать только на основании собственного источника данных. Источники, которыми поделились с вами, невозможно использовать.

Расчет расширенной аудитории, как правило, занимает несколько часов. После создания статус аудитории изменится.

Search

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы OK и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

Как выбрать охват и создать сегмент на основе Look-alike

Чтобы использовать Look-alike в рекламной кампании, необходимо на его основе создать сегмент.

Это можно сделать вручную после создания Look-alike или при его создании:

По умолчанию на основе каждого Look-Alike создается сегмент

При создании Look-alike в систему myTarget заливается 5 млн пользователей. Найденных алгоритмом пользователей может быть в разы больше, но мы включаем только самых релевантных.

По умолчанию сегмент будет включать 1,5 млн пользователей. Для тестирования рекомендуем использовать эту отсечку. После успешного тестового периода увеличивайте до 5 млн пользователей. Если у Вас маленькие бюджеты и требуется небольшой охват, вы можете уменьшить отсечку до 900 тыс.

Похожая аудитория, которую подбирает система, обновляется каждые четыре дня, при условии использовании сегмента, созданного на основе Look-alike, в активных рекламных кампаниях. Пользователи из исходной выборки не будут включены в Look-alike список, что позволит охватить только новую аудиторию.

Важно! Статус «Не поддерживается» или «Пока не поддержан» в сегменте означает лишь то, что интерфейс не может пока отобразить охват по данному типу источника. Сегмент корректен и может работать. Ориентируйтесь на отсечку охвата, которую вы выставили.

Сегменты со статусом охвата «Не поддерживается» работают, как обычно

Как создать рекламную кампанию на основе Look-alike

Чтобы таргетировать кампанию на пользователей, которых подобрала система, в блоке «Сегменты» выберите сегмент, который создан на основе Look-alike.

Сегменты со статусом охвата «Не поддерживается» работают, как обычно

Вы можете создать рекламную кампанию, когда Look-alike ещё не построен.

Выберите все нужные настройки и нажмите «Создать кампанию». Кампания отправится на модерацию. Параллельно система будет собирать данные для построения Look-alike — так вы сэкономите время.

Когда объявления пройдут модерацию и Look-alike будет построен, кампания запустится автоматически.

Сколько аудиторий можно создать

Для одного списка пользователей можно создать только одну расширенную аудиторию.

Для счетчика с одинаковыми выбранными целями и их периодами возможно построение только одного Look-alike.

Важно! Эффективность Look-alike зависит от исходной аудитории. Тестируйте разные источники и периоды сбора исходной аудитории — это позволит найти найти оптимальные настройки.

Предоставление доступа к Look-alike

Чтобы поделиться созданными Look-alike аудиториями, добавьте их в сегмент, а затем предоставьте доступ к сегменту. Подробнее

Search

КАК НАЧАТЬ РАБОТАТЬ С MYTARGET

ЮРИДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ

СОЗДАНИЕ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

ГЕОГРАФИЯ

СЕГМЕНТЫ

- Сегменты аудиторий
- Статусы охвата сегментов аудиторий
- Look-Alike
- Источник данных: Список пользователей
- Источник данных: Контекстный таргетинг
- Источник данных: События в приложениях
- Источник данных: Счетчик Top.Mail.Ru
- Источник данных: Пиксели Top.Mail.Ru
- Источник данных: Приложения и игры в соцсетях
- Источник данных: Категории приложений (Android)
- Источник данных: Группы OK и VK
- Источник данных: Локальный таргетинг
- Источник данных: Продуктовый фид
- Источник данных: Рекламные кампании
- Поделиться сегментами
- Почему не отображается число в прогнозаторе
- Таргетинг по сегментам DMP
- Портреты аудиторий

ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ

МОДЕРАЦИЯ

ОПЛАТА И БАЛАНС

АУКЦИОН

СТАТИСТИКА

КОНТЕКСТНЫЙ ТАРГЕТИНГ

ДИНАМИЧЕСКИЙ РЕМАРКЕТИНГ

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

НАСТРОЙКА ТРЕКИНГ-ССЫЛОК

ИНТЕГРАЦИЯ С МОБИЛЬНЫМИ ТРЕКЕРАМИ И ПОДКЛЮЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЙ

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

ЧАСТО ЗАДАВАЕМЫЕ ВОПРОСЫ

API

ник данных: Список ователей — Помощь модателям по работе

ете настроить рекламу так, е видели только клиенты, уже контактировали с изнесом. Для этого создайте

Счетчик Top.Mail.Ru: для чего используется и как установить его на сайт —

Вы можете показывать рекламу только тем пользователям, которые заходили к вам на сайт. Например, выделить аудиторию, которая

Источник данных: Рекламные кампании — Помощь рекламодателям

Вы можете настроить рекламу так, чтобы ее видели только пользователи, которые раньше кликали или просматривали рекламу